

# REVUE DE PRESSE

MASCI 2010



Contact presse

Jean-Jacques Boutaud : [jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr](mailto:jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr)

## SOMMAIRE

TITRE	MEDIA	DATE
Les enjeux d'un voyage étudiant	LE BIEN PUBLIC.COM	1 Mars 2010
Le MASCI relève le défi de l'alternance	DIJONSCOPE.COM	10 Mars 2010
Le master MASCI prêche l'alternance	GENERATION CAMPUS.COM	12 Mars 2010
Le MASCI	GENERATION CAMPUS.COM	12 Mars 2010
Gala	LE BIEN PUBLIC	15 Mars 2010
Campagne de publicité VéloDi par des étudiantes du MASCI	BLOG&COM.COM	26 Mai 2010
Campagne de publicité VéloDi par des étudiantes du MASCI	HELLOCOTON.FR	26 Mai 2010
Campagne de publicité VéloDi par des étudiantes du MASCI	BLOGBANG.COM	26 Mai 2010
Cinq étudiantes aux services de VéloDi	CTOUTCOM.COM	9 Avril 2010
Cinq étudiantes aux services de VéloDi	LE POST.FR	9 Avril 2010
Dijon : la nouvelle campagne de VéloDi confiée à des étudiants ?	DIJONSCOPE.COM	28 Avril 2010
Cinq étudiantes du MASCI créent la nouvelle campagne VéloDi	GENERATION CAMPUS.COM	29 Avril 2010
Tremplin musical « Dijon Live » : qui succèdera à Oslow ?	GENERATION CAMPUS.COM	8 Novembre 2010
Dijon live 6eme édition : le casting est ouvert	LE BIEN PUBLIC	17 Novembre 2010
Dijon Live : le concours est désormais ouvert à tous !	GENERATION CAMPUS.COM	03 Décembre 2010

INTERCULTUREL. HÉLOÏSE DOUBLET RAPPORTE SON EXPÉRIENCE DE DEUX ANS EN ALLEMAGNE

## Les enjeux d'un voyage étudiant



Héloïse Doublet trouve le système éducatif plus académique en Allemagne qu'en France. Photo SDR

Un voyage entre étudiants, c'est divertissant. Fêtes, ambiance conviviale, shopping, tourisme... Il ne s'agit pourtant que de la partie visible de la jeunesse. Un voyage d'études, c'est aussi apprendre.

A l'heure actuelle, il ne suffit pas de parler une langue étrangère. Ce qui importe pour bien gérer une équipe internationale, c'est de comprendre les différences culturelles mises en jeu. L'Allemagne participe activement au développement de l'Union européenne et est souvent jugée comme étant exemplaire. Plébiscitée pour son système scolaire, elle accueille chaque année de nombreux Français.

Ce qui distingue le plus un Allemand d'un Français, c'est sa relation avec le temps. Tandis que l'un travaille dans l'urgence et fait plusieurs choses à la fois, boosté par la pression, l'autre, qui a commencé sa journée plus tôt, accomplit sa tâche méticuleusement avec une grande concentration tout en fuyant la pression, dans un souci de qualité.

Héloïse Doublet, brillante étudiante en master de communication internationale, a étudié puis travaillé pendant deux ans en Allemagne.

**Quelle est la majeure différence avec le système scolaire allemand ?**

« En Allemagne, il y a beaucoup de systèmes scolaires différents, car chaque Land gère son système éducatif. En règle générale, il faut 13 années scolaires pour obtenir l'abitur (équivalent bac), alors qu'il n'en faut que 12 en France. »

**Trouves-tu que les étudiants allemands sortent mieux préparés que les Français ?**

« Le système est plus académique en Allemagne. Le système universitaire a un poids beaucoup plus important qu'en France, étant donné qu'il y a beaucoup moins d'établissements privés en Allemagne (écoles de commerce, etc.) »

**Quels sont les avantages d'un échange avec l'Allemagne ?**

« Le développement de compétences interculturelles concernant les deux pays "moteurs de l'UE". »

**Dans ce cas, pourquoi avoir opté pour des études en France, toi qui avais peut-être l'opportunité de pouvoir étudier là-bas depuis plus jeune ?**

« J'ai étudié un an en Allemagne. Je trouve que c'était un excellent complément à mon cursus en France, mais je ne regrette pas d'avoir suivi la plupart de ma scolarité en France. Personnellement, je pense qu'il est préférable d'acquérir les bases dans sa langue maternelle. Le reste s'acquiert en entreprise, à l'étranger si on le souhaite. »

**Que penses-tu en général des relations franco-allemandes ?**

« Elles se portent plutôt pas mal. Les deux pays sont très liés diplomatiquement et se consultent très régulièrement d'un point de vue politique et économique, et ce, afin d'agir conjointement au développement de l'UE. Brigitte Sauzay décrit dans son livre **Retour à Berlin** comment les Français admirent les Allemands sans pour autant les aimer, et comment les Allemands aiment les Français sans pour autant les prendre au sérieux. »

Alex LECOMTE MASCI 2

Publié le 01/03/2010



Rencontres

**Etudiants**

## Le MASCI relève le défi de l'alternance | Témoignages croisés

 Amphithéâtre Drouot | Dijon | ven 12 mar 10 | 10:30

---

A cette occasion, nous vous proposerons de revenir sur la formule de l'alternance, mise en place au sein de notre Master depuis la rentrée 2009. Nous vous présenterons des témoignages croisés autour de l'alternance en Master 2, en présence de nos étudiants et de leurs tuteurs professionnel. Les répercussions socio-professionnelles de cette forme d'apprentissage (tant pour les nombreuses entreprises qui nous emploient que pour les futurs communicants que nous sommes) seront au cœur de nos débats.

Dernière modification : 10 mar, 10:46.

## LE MASTER MASCI PRÊCHE L'ALTERNANCE

Par Katia David le 12.03.2010 | 16:00



Le Master spécialisé en stratégies de communication internationale (MASCI), créé en 1993 à l'uB, propose depuis septembre dernier à ses étudiants la possibilité de suivre le cursus en alternance, dans le cadre d'un contrat de professionnalisation. Neuf des vingt-trois étudiants de M2 ont ainsi partagé leur emploi du temps entre l'université et le monde professionnel, avant de se consacrer entièrement à l'entreprise qui les accueille, pendant les 6 prochains mois. A l'occasion des premières rencontres publiques du master, intitulées « Le MASCI relève le défi de l'alternance - Témoignages croisés »\*, nous avons interrogé le directeur de la formation et quelques étudiants.

Jean-Jacques Boutaud, qui dirige le MASCI, reconnaît que l'alternance complique un peu les choses : « *l'étudiant en alternance doit conjuguer la culture de son entreprise plus celle de l'université. C'est un jeu de compromis que n'a pas à faire l'étudiant en formation initiale.* » Mais les étudiants, eux, semblent séduits par la formule. « *Je n'y vois que des avantages*, affirme Audrey Leclercq, en alternance chez Dijon Céréales à Longvic. *Nous sommes en M2, ce qui représente 5 ans d'études, et pour nous, c'est primordial de se jeter dans le monde professionnel. Pour les entreprises, c'est intéressant aussi parce que les missions se font dans la durée, ce qui leur laisse le temps d'évaluer la perspective d'une embauche.* » Ludivine Françot, en alternance dans l'agence dijonnaise Synergie, renchérit : « *On nous donne notre chance parce que nous sommes là sur du long terme, contrairement à des stagiaires. Pour l'entreprise, ça vaut le coup de s'investir. Personnellement, j'ai eu la chance de faire auparavant un stage chez Synergie, et en plus je suis dans leur plan de formation. Donc je suis formée sur le terrain, dans l'entreprise et à l'université. Et j'aurai une expérience d'un an et demi, avec une réelle perspective d'embauche.* »

Alors l'alternance ne présente-t-elle vraiment pas de point négatif ? Si, conviennent les deux étudiantes, il y a la cassure régulière quand elles passent de l'entreprise à l'université, avec un changement très net de rythme et de perspective, qui leur demande une certaine capacité d'adaptation. Mais elles n'en démordent pas : « *L'alternance est l'avenir des étudiants, et aussi celui des entreprises.* »

\* Les rencontres publiques intitulées « Le MASCI relève le défi de l'alternance - Témoignages croisés » se sont déroulées ce vendredi 12 mars 2010, à 10h30, dans les locaux Chabot-Chamy.

**AGENDA**

**RENCONTRES PUBLIQUES**  
**LE MASCI**

Salle 104 | Dijon | Ven 12 mar 10 | 10:30



Créé en 1993, le Master Spécialisé en Stratégies de Communication Internationale (MASCI) de l'Université de Bourgogne offre à ses étudiants, depuis septembre dernier, la possibilité de suivre MASCI en alternance, dans le cadre d'un contrat de professionnalisation. C'est le choix fait par les meilleurs Masters et MBA classés par SMBG.

Depuis septembre 2009, neuf des vingt-trois étudiants de MASCI partagent ainsi leur emploi du temps entre université et monde professionnel avant de se consacrer entièrement à leur entreprise entre mars et septembre 2010.

Par son ouverture, MASCI permet à ses étudiants d'explorer de nombreux aspects de la communication, à travers des postes de chargé de projet, de rédacteur, de chargé de communication ou d'attaché de presse, en Bourgogne (Dijon, Chalon-sur-Saône) mais également dans d'autres régions françaises (Centre, Franche-Comté, Rhône-Alpes). Que ce soit en agence de communication (Synergence, i-com), en Etablissement Public Industriel et Commercial (le BRGM -Bureau de Recherches Géologiques et Minières-) ou en entreprise (Areva, Cristel, La Poste, Markem-Imaje, Eveil & Découvertes, Dijon Céréales), ces étudiants du MASCI bénéficient d'ores et déjà de la confiance de leur employeur. MASCI propose ainsi à de futurs stratèges de la communication une réelle immersion professionnelle. Dans un contexte économique délicat, où la problématique de l'insertion des jeunes diplômés dans le monde du travail occupe tous les esprits, le MASCI surfe sur la vague du succès et ne connaît pas la crise.

Déjà reconnu, en France et à l'étranger, pour la qualité de ses apprentissages universitaires (classé 5ème meilleure formation en Communication au palmarès SMBG 2010), le MASCI a su compléter son offre en assurant la formation professionnelle de ses étudiants, leur permettant d'envisager l'avenir avec plus de sérénité.

Il ont le plaisir de vous convier aux premières rencontres publiques - Le MASCI relève le défi de l'alternance - Témoignages croisés - le vendredi 12 mars 2010 à 10h30, à Dijon, dans les locaux de l'Université (36 rue Chabot-Charny, salle 104, 1er étage).

A cette occasion, nous vous proposerons de revenir sur la formule de l'alternance, mise en place au sein de notre Master depuis la rentrée 2009. Nous vous présenterons des témoignages croisés autour de l'alternance en Master 2, en présence de nos étudiants et de leurs tuteurs professionnel. Les répercussions socio-professionnelles de cette forme d'apprentissage (tant pour les nombreuses entreprises qui nous emploient que pour les futurs communicants que nous sommes) seront au cœur de nos débats.

Un point presse sera organisé à l'issue de cette présentation.

**INFORMATION PRATIQUES :**

**Date :** Ven 12 mar 10 | 10:30

**Où :** Salle 104  
36 Rue Chabot Charny 21000 Dijon

**tarif :** Gratuit

**Organisateur :** Le MASCI  
**Mail.** jcarree.masci@gmail.com  
[www.u-bourgogne.fr/masci](http://www.u-bourgogne.fr/masci)



## SOIRÉE ÉTUDIANTE



**Gala.** Vendredi soir, soixante-dix étudiants du MASCI (master en stratégies de communication internationale) de l'UFR langue communication se sont rendus au restaurant *L'Œunophile* pour un gala de fin d'année. À l'initiative de cinq étudiantes à l'âme d'organisatrices, ce gala visait à ce qu'étudiants, professeurs et responsables de missions se retrouvent une dernière fois avant la période des stages. Photo Romain Lelièvre

## Campagne de publicité VéloDi par des étudiantes du Masci



PAR SOPHIE LAURET

LE 26 MAI 2010 DANS *ELSE.COM*



Le **MASCI** est le **Master** en Stratégies de Communication Internationale situé à **Dijon**. Au sein de ce **Master** se trouve une Junior Agence créée en 1992. Cette authentique agence de communication est gérée par les étudiants de manière autonome.

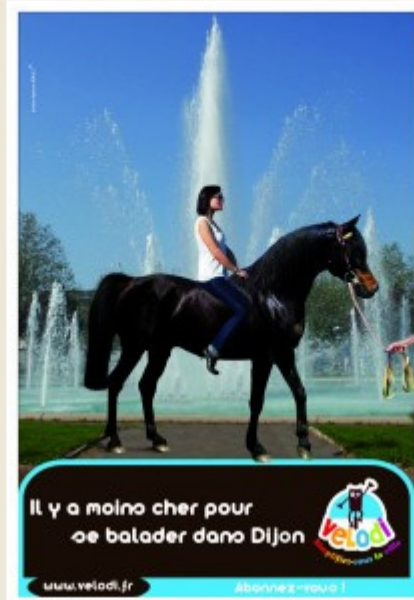
Et cette année, cinq étudiantes en première année du **Master** se sont démarquées dans le cadre d'une mission confiée à la Junior Agence.

Elles ont réussi à convaincre le directeur régional de Clear Channel Outdoor (propriétaire de **VéloDi**) et l'équipe communication du Grand **Dijon** de la qualité de leur **campagne** et sa pertinence pour mettre en valeur les qualités du **vélo** en libre service de la ville de **Dijon**.

Le **VéloDi**, l'équivalent du Vélib' parisien à **Dijon**, travaillait jusque là avec Euro RSCG. Et depuis le 26 mars, c'est une nouvelle **campagne**, de 5 visuels au total, qui s'affiche dans les rues Dijonnaises, pour promouvoir l'utilisation des **vélos** en ville. Du brief jusqu'à la création et l'impression des affiches, Laura, Claire, Charlotte, Clémence et Hélène ont tout géré de A à Z.

Voici les deux premiers visuels de la **campagne** :





Au sujet des ces visuels, Claire explique que leur travail sur les visuels « vise à améliorer l'image du **VéloDi**, à révéler ses qualités tout en faisant appel à l'humour. Chaque visuel est composé de trois éléments. Un décor connu de **Dijon**, une personne représentant le Dijonnais et un animal qui n'a pas sa place dans le milieu urbain. »

Les deux visuels suivants sont affichés depuis le mercredi 7 mai, tandis que le cinquième et dernier visuel sera affiché durant l'été.

Je félicite donc ces cinq jeunes filles pour leur travail et leur motivation ! J'apprécie beaucoup cette **campagne** qui comme elles l'ont dit montre « qu'à l'Université aussi on peut faire de belles choses ».

## Campagne de publicité **Vélodi** par des étudiantes du **Masci**



le 26 mai 2010, 12:03

Le **MASCI** est le Master en Stratégies de Communication Internationale situé à **Dijon**. Au sein de ce Master se trouve une Junior Agence créée en 1992. Cette authentique agence de communication est gérée par les étudiants de manière autonome. Et cette année, cinq étudiantes en première année du Master se sont démarquées dans le cadre d'une mission confiée à la Junior Agence. Elles ont réussi à convaincre le directeur régional de Clear Channel Outdoor (propriétaire de... [LIRE LA SUITE »](#))

**BLOGBANG.COM**

**26 Mai 2010**

**Page 1/1**

**Web - High-Tech**

### Campagne de publicité VéloDi par des étudiantes du Masci



Posté le 26/05 à 12h03



Le MASCI est le Master en Stratégies de Communication Internationale situé à Dijon. Au sein de ce Master se trouve une Junior Agence créée en 1992. Cette authentique agence de communication est gérée par les étudiants de manière autonome. Et cett

[Voir le blog](#)



## Cinq étudiantes aux services de VELODI

Publié par Arthur DEBALLON le 9 avril 2010 à 15 h 52 min

**Clémence, Claire, Charlotte, Héléne et Laura, sont cinq étudiantes de l'Université de Bourgogne à avoir proposé leurs services (de communicantes) à Clear Channel pour sa dernière campagne de promotion des vélos en libre service de la ville de Dijon. Explications**

Autant dire qu'elles ont du culot. Réaliser une campagne de communication pour le compte de Clear Channel était un pari osé surtout quand EURO RSCG était auparavant en charge du budget. Réunies dans une « junior agence », ces étudiantes en Master en Stratégies de Communication Internationale à l'Université de Bourgogne ont su convaincre le service de communication du Grand Dijon (agglomération dijonnaise) et le directeur régional de Clear Channel Outdoor.

### Un ton décalé

Lancée le 26 mars dernier et prévue pour durer jusqu'à l'été, cette campagne d'affichage (mobiliers urbains) sera complétée par des flyers, une nouvelle plaquette ainsi qu'un concours photo sur le thème de « vos plus belles chavauchées en VéloDi ».

« C'est grâce à une campagne originale et décalée mettant en valeur les qualités du vélo en libre service de la ville que l'équipe dynamique a su vendre son projet » ont-elles affirmé à CtoutCOMM. Du brief au suivi de production, elles ont assuré l'ensemble du travail d'une vraie agence de communication. Le tout dans un seul et même but : relancer les abonnements pour un service eco-durable.

Comme quoi, le culot paye toujours ?!



## Cinq étudiantes au service de VELODI

09/04/2010 à 16h08 - mis à jour le 09/04/2010 à 16h15 | 1151 vues |



**Clémence, Claire, Charlotte, Hélène et Laura, sont cinq étudiantes de l'Université de Bourgogne à avoir proposé leurs services (de communicantes) à Clear Channel pour sa dernière campagne de promotion des vélos en libre service de la ville de Dijon. Explications**

Autant dire qu'elles ont du culot. Réaliser une campagne de communication pour le compte de Clear Channel était un pari osé surtout quand EURO RSCG était auparavant en charge du budget. Réunies dans une « junior agence », ces étudiantes en Master en Stratégies de Communication Internationale à l'Université de Bourgogne ont su convaincre le service de communication du Grand Dijon (agglomération dijonnaise) et le directeur régional de Clear Channel Outdoor.

### Un ton décalé

Lancée le 26 mars dernier et prévue pour durer jusqu'à l'été, cette campagne d'affichage (mobiliers urbains) sera complétée par des flyers, une nouvelle plaquette ainsi qu'un concours photo sur le thème de « vos plus belles chevauchées en VéloDi ».

« C'est grâce à une campagne originale et décalée mettant en valeur les qualités du vélo en libre service de la ville que l'équipe dynamique a su vendre son projet » ont-elles affirmé à CtoutCOMM. Du brief au suivi de production, elles ont assuré l'ensemble du travail d'une vraie agence de communication. Le tout dans un seul et même but : relancer les abonnements pour un service eco-durable.

Comme quoi, le culot paye toujours ?!

Education

**L'équipe Masci de l'uB réalise 5 publicités pour Vélodi**

## Dijon : La nouvelle campagne de Vélodi confiée à des étudiants?

par [Charles-François Pion](#) | [dijOnscope](#) | mer 28 avr 10 | 09:14



Il y a moins cher pour se balader dans Dijon

[www.velodi.fr](http://www.velodi.fr)

La nouvelle campagne de Vélodi réalisée par la jeune équipe du Master en Stratégies de Communication Internationale de Dijon (MASCi) ?

C'est dans le cadre des missions de la Junior Agence Masci que cinq étudiantes ont séduit le directeur régional de Clear Channel Outdoor et l'équipe communication du Grand Dijon. En effet, c'est grâce à une campagne originale et décalée mettant en valeur les qualités du vélo en libre service de la ville que l'équipe a su vendre son projet, budget précédemment remporté par EURO RSCG.

Ci-joints, les deux premiers visuels de cette campagne qui a débutée le vendredi 26 mars et se poursuivra jusqu'à l'été. Elle est composée de 5 publicités qui ponctueront l'action de communication.

## CINQ ÉTUDIANTES DU MASCI CRÉENT LA NOUVELLE CAMPAGNE VÉLODI

Par Charline Fornari le 29.04.2010 | 16:00



**Voilà un mois que la nouvelle campagne publicitaire de VéloDi est visible partout à Dijon. Drôle et originale, elle n'a pourtant pas été créée par des professionnels mais par cinq étudiantes plutôt audacieuses. Retour sur une initiative plus que payante...**

Étudiante en première année du MASCI (Master spécialisé en stratégies de communication internationale), Clémence, Claire, Charlotte, Hélène et Laura ont eu la bonne idée de proposer leurs services de communicantes à Clear Channel Outdoors, le « number one » de la publicité urbaine et exploitant du réseau VéloDi. Conquis par leur stratégie de communication, Clear Channel Outdoors a lancé la campagne le 26 mars dernier : affichage, flyers, nouvelle plaquette et concours de photo sur le thème de « vos plus belles chevauchées en VéloDi ». « *Ce n'était pas acquis dès le départ. Elles ont élaboré plusieurs campagnes d'affichage et ont dû défendre leurs projets devant les responsables de Clear Channel* », affirme le responsable du M1 MASCI, Stéphane Dufour. « *Elles ont fait preuve d'une grande force d'initiative. C'est la première fois qu'une équipe d'étudiants nous propose un projet. En général, notre rapport avec les étudiants intervient plutôt dans le cadre de stages de fin d'études* », explique le chargé de mission pour Clear Channel Outdoors, Ronan Mulet. « *D'emblée, j'ai trouvé que chaque membre du groupe de travail était différent des autres et finalement très complémentaire. Le résultat de cette collaboration se retrouve dans la campagne en elle-même. Elle est moins institutionnelle, plus fraîche, ce qui la rend vraiment intéressante* », poursuit-il.

### Une expérience qui profite à toute la formation

Du brief à la création publicitaire, en passant par la stratégie de communication, les cinq étudiantes ont travaillé comme de vraies professionnelles dans le cadre de la Junior Agence Masci. « *Cette expérience va beaucoup leur apporter en terme de relationnel*, reprend Stéphane Dufour : *la prise de contact, l'échange, les négociations... Elles ont dû être très convaincantes et déterminées.* » L'initiative n'est pas passée

inaperçue. La revue marketing Stratégie et le site de CTOUTCOM y ont consacré un article. Une véritable opportunité pour la formation en termes de visibilité. « *Nous ne connaissions pas la formation. Elles nous l'ont fait connaître et ont ouvert la voie pour les autres étudiants* » conclut Ronan Mulet.

## **CINQ QUESTIONS POSÉES AUX ÉTUDIANTES DE LA JUNIOR AGENCE MASCI**

**Génération Campus : Comment vous est venue l'idée d'une telle initiative ?**

**Junior Agence Masci :** Après une rencontre inattendue et originale avec Ronan Mulet, travaillant chez Clear Channel, un membre de l'équipe a eu l'idée de proposer nos services dans le cadre de la Junior Agence Masci et c'est ainsi que le projet Vélodi a vu le jour, en fonctionnant grâce au contact. Suite à un premier brief avec Ronan, nous avons pu établir les premières attentes du client et poser une première analyse des vélos en libre service de la ville de Dijon. Au final, Vélodi souffrait d'un problème d'image et non de notoriété puisque le système était globalement connu par les Dijonnais. Nous sommes donc parties en premier temps sur une enquête de satisfaction auprès des anciens abonnés puis sur une stratégie de communication globale en vue de relancer les abonnements.

**GC : Quelles sont les principales motivations qui vous ont poussées à proposer vos projets ?**

**JAM :** Nous étions motivées, volontaires, ouvertes d'esprit, adaptables, toujours à la recherche de concepts non exploités. Nous sommes une équipe soudée, complémentaire, et nous avons bien sûr la caution du MASCI en amont, le soutien de nos professeurs... Nous nous sentions impliquées, concernées. Ce projet nous promettait de belles rencontres et une expérience exceptionnelle, et ce fut le cas. Ce fut pour nous l'occasion de nous investir dans un projet de grande envergure, de montrer que cinq étudiantes en master de Stratégies de communication internationale pouvaient relever le défi et le faire aboutir pour de belles retombées.

**GC : Que vous a apporté cette expérience ?**

**JAM :** Aujourd'hui nous nous sentons grandiées par cette expérience de vie. Le fait de pouvoir mener à bien une stratégie de communication, allant du brief client à la sortie d'une campagne publicitaire, en passant par le respect des délais et du budget, est quelque chose de remarquable. C'est quelque part prouver qu'avec la formation que nous avons reçue, nous sommes capables de mener un projet normalement destiné à des professionnels.



**GC : Vous avez ouvert la voie pour les autres étudiants de votre formation et rendu plus visible le master ; qu'en pensez-vous ?**

**JAM :** Nous avons su croire en nos missions comme celle de Vélodi où l'ampleur du partenariat et l'importance que nous lui avons accordée pouvaient parfois impressionner mais où la persévérance et parfois « le culot », nous ont offert une mission passionnante et extrêmement intéressante d'un point de vue communicationnel. Aujourd'hui nous pensons que rien ne doit venir ralentir l'ambition des futurs étudiants en Stratégies de communication internationale, nous leur conseillons de croire en leur projet et d'aller au bout de leurs rêves. Rien n'est impossible ! Au contraire, il faut œuvrer pour tout rendre possible. C'est ça la communication.

**GC : La Junior Agence Masci a-t-elle d'autres projets de ce type ?**

**JAM :** Il est probable que pour l'année prochaine nous ayons l'opportunité de travailler sur d'autres villes d'Europe où Clear Channel est implanté telles que Caen, Perpignan ou Milan. Nous avons également parlé du projet du Tram avec le Grand Dijon. Ces propositions restent aujourd'hui au stade de projet mais nous répondrons présentes dans le cas où elles seraient retenues. Avis aux appels d'offres !

## TREMLIN MUSICAL "DIJON LIVE" : QUI SUCCÈDERA À OSLOW ?

Par Pierre-Olivier Bobo le 08.11.2010 | 15:35



**Dijon part en live. Telle est la devise du tremplin musical permettant à de jeunes talents de se faire connaître auprès du public. Pour cette 6ème édition, l'équipe du projet « Dijon Live » a voulu s'ouvrir à d'autres univers musicaux. GENERATIONCAMPUS.COM vous dévoile les nouveautés.**

Qui succèdera à Oslow, groupe vainqueur du tremplin « Dijon Live » l'an passé ? Vous le découvrirez dans quelques mois. En attendant, les organisateurs sont décidés à briser l'image « rock » attachée à ce challenge musical : « nous voulons nous ouvrir à d'autres styles, comme la pop, le jazz, ou la soul » explique Léo, coordinateur de l'événement aux côtés de son équipe de la JAM, la « junior agence » affiliée au master MASCI à l'université de Bourgogne.

### **Un casting géant avant la grande finale à l'Atheneum en février 2011**

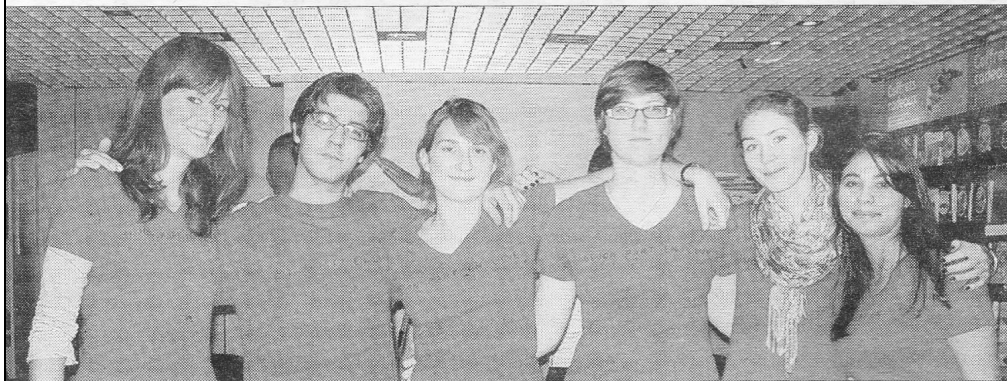
« Dijon Live », c'est un casting musical qui se déroulera du 12 novembre au 12 décembre 2010. S'en suivra un vote par le public sur Internet entre le 14 décembre et le 5 janvier afin d'élire les cinq meilleurs groupes. Parmi ces finalistes, les quatre groupes les mieux classés auront la chance de fouler la scène de l'Atheneum le 23 février 2011 pour une grande finale en live, tandis que le cinquième aura la possibilité de jouer en showcase. Des prix récompenseront également ces jeunes talents issus du monde étudiant (voir les modalités de participation sur le site [Dijon-live.fr](http://Dijon-live.fr)).

### **La FNAC accueille un événement musical le 10 novembre pour marquer le lancement du casting**

Mercredi 10 novembre à partir de 14h, l'équipe du « Dijon Live » vous invite à passer l'après-midi à la Fnac de Dijon (24, rue du Bourg) pour célébrer l'ouverture du casting autour d'un tournoi musical avec le jeu *Just Dance 2* sur Wii. Le gagnant repartira tout simplement avec ce célèbre jeu de chorégraphies. Ambiance garantie !

MUSIQUE

## Dijon Live sixième édition : le casting est ouvert



L'équipe pour la promotion de la musique. Photo Angèle Gramignano

Le tremplin musical Dijon Live est ouvert cette année à tous les styles (rock, jazz, pop, blues...). L'occasion pour des musiciens de se faire connaître.

Pour sa sixième édition, Dijon Live, tremplin musical à succès, organisé par une équipe d'étudiants de l'Université de Bourgogne (Oriane, Asmaa, Léo, Estelle, Lucie et Laura) et de nombreux partenaires, revient cette année avec un mot d'ordre : ouverture à tous les styles.

L'événement annonçant l'ouverture du casting s'est tenu à la Fnac de Dijon, partenaire de l'édition, autour d'un tournoi musical avec *Just Dance 2* sur console vidéo.

### Un projet plus novateur

« Dijon Live se veut cette année plus novateur et colo-

ré musicalement, ajoute Léo, l'un des membres de l'équipe, son objectif étant d'établir une passerelle entre le monde amateur étudiant universitaire et l'univers professionnel. » Dijon Live, lieu d'échanges et de rencontres, se déroule durant quatre mois, rythmés de temps forts, dont le premier a été constitué par l'événement d'ouverture au cours duquel de nombreux jeunes de tous horizons sont venus « bouger, chanter, s'exprimer » au rythme des émotions corporelles et de la musique.

Traditionnellement orienté rock, Dijon Live sort du cadre initial et s'ouvre à d'autres styles musicaux et à d'autres modes d'expressions. Jazz, pop, blues, soul et autres genres font leur entrée sur la scène, permettant à tous de découvrir les sens cachés de la musique. Dijon

Live est un moyen pour les jeunes talents de se faire connaître. Les musiciens, en solo ou en groupe, ont jusqu'au 12 décembre pour transmettre leur maquette (tout support) au comité organisateur. Le jury, composé de professionnels de la musique, se réunira pour un casting, suivi d'un concert final où le meilleur groupe (ou solo) recevra les récompenses, dont deux jours d'enregistrement en studio à Dijon, à l'Atelier du son, partenaire de l'opération. Critères exigés : présenter de la bonne musique et être étudiant à l'Université de Bourgogne.

### INFO Site :

[www.dijon-live.fr/](http://www.dijon-live.fr/) ; facebook (dijonlive tremplin musical).

### Contact mail :

[dijonlive@hotmail.fr/](mailto:dijonlive@hotmail.fr/).

Tél. 06.82.48.91.04

ou 06.72.14.24.40.

## DIJON LIVE : LE CONCOURS MUSICAL EST DÉSORMAIS OUVERT À TOUS !

Par Pierre-Olivier Bobo le 03.12.2010 | 16:12



**Plus que 9 jours pour s'inscrire et participer au challenge musical Dijon Live, avec une petite nouveauté depuis quelques jours puisque les organisateurs ont souhaité rendre le concours également accessible aux groupes non-étudiants.**

Destiné depuis ses débuts aux jeunes talents étudiants, le tremplin Dijon Live s'ouvre désormais à tous les groupes de musique, qu'ils soient étudiants ou non. C'est en effet ce qu'ont annoncé très récemment les organisateurs du concours sur les ondes de Radio Dijon Campus : *« comme le mot clé de cette année était l'ouverture, notamment à différents styles musicaux, nous avons trouvé qu'il était dommage de "fermer" le tremplin aux non-étudiants »*. La raison de cette décision semble également être liée à la qualité des premières productions musicales reçues depuis le 12 novembre, date du lancement du concours. *« Nous avons reçu quelques maquettes de groupes qui n'étaient pas étudiants mais qui étaient vraiment talentueux »*, argumente Asmaa Dhimene, membre de l'équipe organisatrice.

### **Un tremplin musical qui reste porté par les étudiants dijonnais**

Mené avec brio depuis 5 ans par les étudiants du master MASCI (stratégies de communication internationale) de l'université de Bourgogne, le challenge Dijon Live vise donc à s'élargir et semble parti pour prendre une nouvelle dimension cette année : *« cela reste quand même un tremplin étudiant parce que c'est organisé par des étudiants, mais on tient à l'ouvrir à des groupes pas forcément locaux, ni forcément étudiants »*. Vous êtes donc prévenus, les inscriptions sont encore possibles en ligne jusqu'au 12 décembre via le site Internet de l'événement [Dijon Live](#).

Photo : Thomas Hazebrouck